



ENTREPRISES

Coty pourrait céder les parfums Burberry et Hugo Boss

LUXE

Le groupe américain de beauté pourrait se séparer de certaines activités qui intéresseraient Interparfums.

Les groupes de luxe internalisant leur activité parfum, ils menacent le modèle des licenciés.

Virginie Jacobberger-Lavoué et Philippe Bertrand

Les spéculations se multiplient autour du groupe américain de parfums et de cosmétique. Selon « WDD » (« Women's Wear Daily »), publication spécialisée dans la mode et le luxe, l'entreprise de beauté pourrait être cédée, en une ou plusieurs parties. A l'annonce d'une possible opération, mardi, l'action Coty a grimpé de 11 %. Depuis le début de l'année, le cours avait baissé de 30 %.

Contacté par « Les Echos », le groupe français Interparfums confirme que des discussions ont été entamées avec Coty, « mais ce ne sont pas des négociations ». Selon des sources proches du groupe français, celui-ci serait intéressé par les actifs de Coty dans le luxe mais aussi dans la cosmétique grand public.

De son côté, Coty ne fait pas de commentaires. Comme tous les spécialistes de la fabrication de parfums sous licence, le groupe subit la pression des acteurs du luxe qui, à l'image de Kering, envisagent d'internaliser leur activité parfums.

Ventes en baisse

Coty, dont la capitalisation boursière est estimée à 4,13 milliards de dollars, avec un chiffre d'affaires

d'un peu plus de 6 milliards de dollars l'an passé, dispose dans son portefeuille de plusieurs licences prestigieuses : les parfums Burberry, Hugo Boss et Gucci, la marque phare de Kering. Il détient par ailleurs des marques de cosmétiques et maquillage grand public comme Covergirl.

Les résultats du troisième trimestre de l'exercice décalé de Coty, publiés le 6 mai dernier, font apparaître une diminution des ventes de 6 %. La baisse est de 4 % pour la division prestige, qui inclut les parfums, et de 9 % pour la branche beauté grand public.

Le bénéfice net a chuté de 84 % et le résultat opérationnel publié a constitué en une perte de 409 millions d'euros. Coty a passé une dépréciation d'actif de 213 millions pour sa division cosmétique en raison des difficultés des marchés européen et américain.

En 2021, lors de l'arrivée de Sue Nabi qui a fait sa carrière chez L'Oréal, le défi était de redresser le groupe dont l'actionnaire principal est JAB, la structure qui gère les investissements de la famille allemande Reimann. Coty était mal positionné face à ses concurrents, fortement endetté et « manquant de discipline financière pour améliorer ses marges », souligne un analyste.

Selon les informations de

« WWD », Coty serait donc en discussion avec Interparfums pour une partie de ses actifs luxe, notamment les parfums Burberry et Hugo Boss. Les parfums Hugo Boss figurent au second rang des parfums homme en Europe et Coty dispose de la licence jusqu'en 2035. Burberry est une autre pépite et son acquisition serait une forme de revanche pour Interparfums, qui détenait la licence jusqu'en 2013.

Le groupe français présidé par Philippe Bénacine sait booster les marques de mode dans son univers. Il a acquis la licence Lacoste en 2022 et l'a transformée avec succès, atteignant déjà « 100 millions de chiffres d'affaires cette année » et ayant, selon les analystes, un potentiel de 200 millions de chiffre d'affaires. Interparfums aurait déjà plusieurs fois soumis une offre pour récupérer la licence Burberry, la marque de luxe britannique. Burberry Goddess, lancé en 2023, serait le plus gros succès de Coty.

L'avenir de Gucci parfums, détenu jusqu'en 2028 seulement – ce qu'a confirmé Sue Nabi –, est plus incertain. Et, d'une certaine manière, c'est Kering qui fait pression sur Coty. Le groupe de luxe des Pinault a vendu en 2008 son activité beauté sous la marque YSL Beauté à L'Oréal pour un milliard d'euros. Mais en février 2023, Kering a





annoncé la création d'une unité beauté, avec de fortes ambitions. A sa tête a été nommée une pointure, Raffaella Cornaggia, qui a travaillé pour Estée Lauder, L'Oréal et Chanel.

Internalisation

L'ambition de Kering est alors d'internaliser ses activités beauté, comme le groupe l'a fait avec succès dans les lunettes avec sa division Eyewear. La division beauté vise au développement des parfums et produits de beauté de Bottega Veneta, Balenciaga ou Pomellato.

Mais elle pourrait s'étoffer profitablement, a estimé Thomas Chauvet, analyste chez Citi, alors que Kering souhaiterait reprendre des licences beauté, notamment celle de Gucci, la plus intéressante à internaliser. Le nouveau directeur général du groupe, Luca de Meo,

prendra sans doute le temps de la réflexion mais il tient là l'un des leviers à actionner pour améliorer les performances de Kering.

François-Henri Pinault avait lui-même qualifié la gestion par Coty de seulement « satisfaisante » alors qu'il louait par ailleurs le travail entrepris chez L'Oréal sur YSL Beauté. « FHP a exprimé plusieurs fois sa frustration concernant la licence parfum Gucci chez Coty », souligne-t-on chez Kering.

Au vu de la taille de la marque, l'activité parfums et cosmétiques devrait être « bien supérieure à ce qu'elle est », précise-t-on. Les analystes estiment les ventes des parfums Gucci entre 400 et 500 millions de dollars par an. Selon une source interne, Kering a bien lancé sa division beauté pour « récupérer

la licence Gucci », « mais pas dans l'immédiat ».

« Interparfums est sans doute au tout début des négociations et le groupe français peut prendre tout son temps », prévient un expert. Coty, de son côté, n'a pas intérêt à brader ses bijoux de famille. Il a en outre un outil industriel en France à valoriser.

La division parfums de Coty est d'autant plus sous pression que les acquéreurs ne se bousculent pas pour son activité de produits cosmétiques grand public en perte de vitesse. ■

